

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA
PEGAWAI TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA PADA
KOPERASI *CREDIT UNION* JEMBATAN KASIH DI
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Agustina Ama
130610060**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Agustina AMA
NPM/NIP : 130610060
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen perbankan

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuannya, dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 06 Februari 2018


METERAI
TEMPEL
KEMENTERIAN KEHUKUMATAN DAN HAK ASIL MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA
6000
ENAM RIBU RUPAH
Agustina
Agustina Ama
130610060

**PENGARUH PENERAPAN SISTEM KONTRAK
KERJA DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN
KERJA KARYAWAN PT EPSON BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana**

Oleh:
Agustina Ama
130610060

Telah Disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini
Batam, 06 Februari 2018



Sri Afridola, S.E.,M.M
Pembimbing

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan merupakan asset dan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Kajian dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja pegawai terhadap loyalitas anggota pada koperasi *credit union* Jembatan Kasih di batam. Objek penelitian ini adalah Anggota koperasi *credit Union* Jembatan Kasih di batam. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja pegawai terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih di Batam. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel adalah dengan *probability sampling*, dengan *simple random sampling*. Jumlah sampel yang di ambil 100 orang. Metode pengumpulan data dengan membagi kuisisioner kepada respondent untuk diisi. Hasil penelitian secara simultan diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan, kinerja pegawai terhadap loyalitas anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih. berdasarkan hasil uji t variabel kualitas pelayanan, dan kinerja pegawai seluruhnya memiliki nilai masing-masing sehingga H_0 ditolak dan H_1 di terima. H_1 Pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada koperasi *credit union* H_2 Pengaruh signifikan antara kinerja pegawai terhadap loyalitas anggota pada koperasi *credit union*. H_3 Kualitas pelayanan dan kinerja pegawai secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kinerja Pegawai Dan Loyalitas Anggota.

ABSTRAC

customer loyalty is an asset and has an important role in a company. The study of this study is the influence of service quality and employee performance on the loyalty of members in the cooperative credit union Jembatan Kasih in batam. The object of this research is a member of Credit Union Cooperative of Jembatan Kasih in batam. This study aims to test and determine the effect of service quality and employee performance on Member Loyalty at Credit Union Cooperative Jembatan Kasih in Batam. This research is a quantitative research using descriptive method and using multiple linear regression analysis. Sampling technique is with probability sampling, with simple random sampling. Number of samples taken 100 people. Methods of data collection by dividing the questionnaire to the respondent to be filled. The results of the study simultaneously known that there is a significant influence between service quality variables, employee performance of loyalty members at Credit Union Cooperative Jembatan Kasih. based on the result of t test of the service quality variable, and the performance of employees all have their respective values so that H_0 is rejected and H_1 is received. H_1 Significant influence between the quality of service to member loyalty on credit union cooperative H_2 Significant influence between employee performance on loyalty members on credit union cooperative. H_3 Quality of service and performance of employees together have a significant effect on member loyalty.

Keywords: Service Quality, Employee Performance and Member Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. karena dengan berkat dan kasih karunianya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu pernyataan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen konsentrasi Perbankan Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr Nur Elfi Husada, S. Kom., M. SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.pt., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Puera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian S.kom., M.si. selaku ketua program Studi Manajemen.
4. Ibu Sri Afridola S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah banyak meluangkan waktu dan senantiasa membimbing Penulis.

5. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bimbinganya, dengan
6. sabar dan baik memberikan nasehat dan juga ilmu samapi selesainya skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Staff Universitas Putera Batam yang memberikan ilmu yang berharga kepada penulis selama perkuliahan.
8. Ibu Suster Paula, SSCC. selaku Manajer *CU* Jembatan Kasih Batam.
9. Kedua orang tua, yang tak henti-henti mendoakan serta memberi semangat untuk penulis. Kepada Antonius Bhade, Anastasia Ndae, Albinus Photo (Kakak) terima kasih dukungan, motivasi dan doanya.
10. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi khususnya Manajemen perbankan yaitu Siti Amina Aga, Leli Maria, Klemensia , dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, motivasi, saran, bantuan, serta doa dalam penyusunan Skripsi ini.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat serta karunianya.

Batam, 03 Februari 2018

Agustina Ama

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2. Manfaat Praktis	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis	12
2.1.1. Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	13
2.1.1.3. Karakteristik Kualitas Pelayanan	15
2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.1.2. Kinerja Pegawai	17
2.1.2.1. Pengertian Kinerja	17
2.1.2.2. Akuntabilitas Kinerja	20
2.1.2.3. Persyaratan Penilaian Kinerja	21
2.1.2.4. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kinerja	21
2.1.2.5. Indikator Kinerja	25
2.1.3. Loyalitas Anggota	26
2.1.3.1. Pengertian Loyalitas Anggota.....	26
2.1.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas	29

2.1.3.3. Indikator Loyalitas.....	30
2.2. Penelitian Terdahulu	31
2.3. Kerangka Pemikiran.....	34
2.4. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.Desain Penelitian.....	36
3.2.Operasional Penelitian	38
3.2.1. Variabel Independen (x)	38
3.2.2. Variabel Dependen (y).....	39
3.3. Populasi Dan Sampel	40
3.3.1. Populasi	40
3.3.2. Sampel	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1. Jenis Data	41
3.4.2. Sumber Data	41
3.4.2.1. Data Primer	42
3.4.2.2. Data Sekunder	42
3.4.3. Pengumpulan Data	42
3.4.3.1. Wawancara (<i>Interview</i>)	43
3.4.3.2. Koesioner (Angket)	44
3.5. Metode Analisis Data	44
3.5.1. Analisis Deskriptif	45
3.5.2. Uji Kualitas Data	45
3.5.2.1. Uji Validitas Data	45
3.5.2.2. Uji Reabilitas Data	46
3.5.3. Uji Asumsi Dasar	48
3.5.3.1. Uji Normalitas Data	48
3.5.4. Uji Asumsi Klasik	48
3.5.4.1. Uji Multikolinearitas	49
3.5.4.2. Uji Heteroskedastisitas	49
3.5.4.3. Uji Autokorelasi	50
3.5.5. Uji Pengaruh	50
3.5.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.5.5.2. Uji-T (Regresi Parsial)	51
3.5.5.3. Uji-F (Regresi Simultan)	52
3.5.5.4. Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	54
3.6.1. Lokasi Penelitian.	54
3.6.2. Jadwal Penelitian	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMAHASAN

4.1 Profil Responden	55
4.1.1. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	56
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	57
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	58
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	59
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1. Analisis Deskriptif	61
4.2.2. Analisis Deskriptif variabel	62
4.2.2.1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	62
4.2.2.2. Kinerja Pegawai (X2)	65
4.2.2.3. Variabel Loyalitas Anggota (Y)	67
4.2.3 Uji Validitas Dan Uji Reabilitas	69
4.2.3.1. Hasil Uji Validitas	69
4.2.3.2. Hasil Uji Reabilitas	71
4.2.4. Hasil Uji Asumsi Dasar	72
4.2.4.1. Hasil Uji Normalitas	72
4.2.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	75
4.2.5.1. Hasil Uji Multikolinearitas	75
4.2.5.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
4.2.5.3. Hasil Uji Autokorelasi	77
4.2.6. Hasil Uji Pengaruh	78
4.2.6.1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78
4.2.6.2. Hasil Uji F	80
4.2.6.3. Hasil Uji T	80
4.2.6.4. Hasil Analisis Determinasi	81
4.3. Pembahasan	82
4.3.1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota	83
4.3.2. Pengaruh Kinerja Pegawai Terhadap Loyalitas Anggota	84
4.3.3. Pengaruh Secara Bersama-sama Terhadap Loyalitas Anggota	84

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	86
5.2. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA	88
-----------------------------	-----------

DAFTAR RIWAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Diagram Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	56
Gambar 4.2 Diagram Profil Responden Menurut Usia	57
Gambar 4.3 Diagram Profil Responden Menurut Pendidikan	58
Gambar 4.4 Diagram Profil Responden Menurut Pendapatan	59
Gambar 4.5 Diagram Profil Responden Menurut Pekerjaan	60
Gambar 4.6 Histogram Normalitas Variabel	73
Gambar 4.7 Standarized Residual Plot Variabel.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Anggota Koperasi <i>Credit Union</i> Tahun 2017	8
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	38
Tabel 3.2 Operasional Variabel Kinerja Pegawai (X_2)	39
Tabel 3.3 Operasional Variabel Loyalitas Anggota (Y)	39
Tabel 3.4 Kriteria Besarnya Koefisien Reabilitas	47
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian	54
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Profil Responden	56
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	58
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	59
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	60
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif	61
Tabel 4.7 Kriteria Analisis Deskriptif	62
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel X_1	63
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel X_2	66
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Y	68
Tabel 4.11 Uji Variabel Loyalitas Anggota	70
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pegawai	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi	77
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Regresi	78
Tabel 4.19 Hasil Uji F	80
Tabel 4.20 Hasil Uji T	81
Tabel 4.21 Uji R Square	82

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. Ketentuan Slovin	40
Rumus 3.2 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	46
Rumus 3.3 <i>Cronbach's Alpa</i>	47
Rumus 3.5 Regresi Berganda	50
Rumus 3.6 Uji-T	51
Rumus 3.7 Uji-F	52
Rumus 3.8 R^2 adjusted	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian, koperasi didefinisikan sebagai badan usaha yang beranggotakan orang atau badan hukum koperasi kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan koperasi memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, karena bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Dalam rangka memwujudkan misinya, koperasi tak henti-hentinya berusaha mengembangkan dan memperdayakan diri agar tumbuh menjadi kuat dan mandiri sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Di samping itu, koperasi berusaha berperan secara nyata dalam mengembangkan dan memperdayakan tata ekonomi yang berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi dalam rangka memwujudkan masyarakat maju dan makmur. Untuk mencapai hal tersebut keseluruhan kegiatan koperasi harus di selenggarakan berdasarkan nilai yang terkandung dalam Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 1945 serta nilai dan prinsip koperasi. Pembangunan koperasi telah diselenggarakan sejak beberapa dekade yang lalu. Ditinjau dari segi kuantitas, hasil pembangunan tersebut sungguh membanggakan di tandai dengan jumlah koperasi di indonesia yang meningkat pesat. Namun jika di tinjau dari segi kualitas, masih perlu diperbaiki

sehingga mencapai kondisi yang diharapkan. Sebagian koperasi berperan sebagai signifikan kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Pembangunan koperasi seharusnya diarahkan pada penguatan kelembagaan dan usaha agar koperasi menjadi sehat, kuat, mandiri, tangguh dan berkembang melalui peningkatan kerja sama, potensi dan kemampuan ekonomi anggota serta peran dalam perekonomian nasional dan global.

Jenis-jenis koperasi, koperasi simpan pinjam, koperasi produksi, koperasi konsumsi, koperasi jasa dan koperasi serba usaha. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai koperasi simpan pinjam. Koperasi simpan pinjam merupakan suatu lembaga keuangan bukan bank yang berfungsi memberikan pelayanan masyarakat, berupa pinjaman dan tempat penyimpanan uang bagi masyarakat. Perbedaan antara koperasi simpan pinjam dengan badan usaha lain ialah koperasi simpan pinjam memiliki fungsi memenuhi dan melayani nasabah, sedangkan badan usaha bukan koperasi memiliki fungsi untuk meningkatkan laba. Koperasi hendaknya mampu hidup mandiri dan dikelola secara efisien, sehingga nanti dapat tumbuh dan berkembang untuk mensejahterakan setiap nasabahnya, serta memberikan sumbangan yang nyata dalam pembangunan ekonomi nasional.

Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih berdiri pada tanggal 15 Januari 2009 yang bertempat di Jalan Yos Sudarso, Kota Batam. Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih telah membuka cabang di beberapa daerah yaitu Batu Aji, Baloi, Tanjung Pinang, Pangkal Pinang, Tanjung Balai Karimun, dan Pekan Baru. *Credit Union* Jembatan Kasih adalah salah satu koperasi yang bertugas memberikan

pelayanan kepada masyarakat berupa pinjaman dana dan tempat penyimpanan uang bagi masyarakat.

Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih memiliki visi, misi, peran dan tujuan. Visi *Credit Union* Jembatan Kasih adalah menjadikan credit union yang membebaskan, aman dan terpercaya serta berbasis umat keuskupan pangkalpinang dengan filosofi petani. *Credit Union* Jembatan Kasih Batam dari awalnya bertujuan untuk membantu kelompok miskin dan kurang mampu. Pelayanan keuangan yang ditawarkan oleh koperasi *Credit Union* jembatan kasih kepada anggota harus mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

Peran koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih yaitu masuk dalam kehidupan, anggota untuk membimbing anggota mencapai tujuan keuangannya sesuai dengan tahap-tahap kehidupan, dan menjadi penasehat keuangan terpercaya untuk menciptakan kesejahteraan anggota. Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam mempunyai target yaitu masyarakat kecil, lemah dan miskin terpinggirkan (KLMT)-(poor, *unemployed, landless dan has ability to undertake entrepreneurial activities*), perhatian kepada kaum muda (*youth*) dan perhatian pada kaum perempuan (gender) dengan tujuan pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat.

Koperasi *credit union* jembatan kasih batam selalu memperhatikan kehidupan anggotanya, juga memperhatikan bagaimana kualitas pelayanan jasa mereka kepada setiap anggota. Kualitas pelayanan jasa sering di pandang sebagai suatu fenomena yang rumit, karena jasa itu sendiri memiliki arti mulia dari pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa suatu produk. Kualitas jasa

(pelayanan) semata-mata ditentukan oleh nasabah atau anggota sehingga tingkat kepercayaan atau loyalitas anggota semakin tinggi dan tidak akan berpaling kepada koperasi lain. Tingkat kepentingan nasabah atau anggota terhadap jasa yang akan diterima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Nasabah memilih pemberian jasa berdasarkan peringkat kepentingan. Dan bagi yang telah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan, lalu para nasabah akan kehilangan minat terhadap pemberian jasa tersebut. Sebaliknya jika jasa mereka menikmati terpenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, maka mereka akan cenderung memakai produk jasa tersebut.

Loyalitas rendah disebabkan oleh kualitas pelayanan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Berdasarkan observasi koperasi credit union kualitas pelayanan rendah disebabkan oleh karyawan kurang motivasi, kemampuan perusahaan untuk memberi layanan yang kurang, kurangnya kepercayaan pelanggan bukti fisik yang kurang. Selain itu permasalahan lain pada koperasi credit ini masalah tentang kualitas pelayanan seperti, adanya beberapa pegawai di koperasi tersebut yang tidak ramah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat/anggota. Pelayanan pegawai koperasi *Credit Union* tidak cepat, tidak akurat dalam merespon dan menyelesaikan komplain dari pelanggan, kurangnya kualitas pelayanan pada koperasi *Credit*

Union disebabkan oleh sarana dan prasarana yang kurang memadai seperti tidak tersedianya pena, yang dibutuhkan anggota, kerja sama yang kurang luas antara pegawai koperasi dan anggota di koperasi tersebut, kurangnya fasilitas dan layanan koperasi *credit union*, kurang cepat dalam melakukan pelayanan terhadap anggota.

Peran koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih yaitu masuk dalam kehidupan melaksanakan suatu pekerjaan. Kinerja pegawai merupakan hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya untuk mencapai target kerja. Pegawai dapat bekerja dengan baik bila memiliki kinerja yang tinggi sehingga dapat menghasilkan kerja yang baik. Nilai tambah yang diberikan dapat berupa pelayanan dan kinerja pegawainya yang memuaskan para anggota atau konsumen. Koperasi yang tidak mengerti akan keinginan para anggotanya, tentu akan ditinggalkan oleh para anggota, karena terdapat berbagai macam jenis koperasi, sehingga para anggota atau konsumen akan bergabung dengan koperasi lain, padahal majunya sebuah koperasi itu sendiri adalah semakin meningkatnya jumlah anggota. Apabila kejadian seperti ini terus berlanjut, maka koperasi itu sendiri akan bangkrut karena persaingan antara koperasi yang satu dengan koperasi yang lain sangat ketat dalam mendapatkan anggota untuk bergabung ke koperasi.

Berdasarkan observasi di koperasi *credit union*, kinerja pegawai masih rendah. Dengan indikasi ketidakdisiplinan pegawai pada jam masuk, sehingga banyak anggota yang ingin transaksi dengan cepat harus menunggu pegawai. Pegawai di koperasi *credit union* cenderung menunda pekerjaan. Selain itu

terdapat hambatan komunikasi dari atasan ke bawahan, dimana ketika atasan menyampaikan pesan yang berupa perintah melalui media tulisan seringkali menimbulkan berbagai penafsiran sehingga bawahan merasa tidak yakin akan pekerjaan yang dilakukannya. Kinerja pegawai yang ada di Koperasi *Credit Union* kurang memuaskan bagi para anggota, sehingga banyak anggota yang ingin keluar dari keanggotaan koperasi tersebut. Pegawai di koperasi credit union tidak efektif dalam menyelesaikan tugasnya, pegawai di koperasi credit union tidak memenuhi kebutuhan dan harapan anggota. Banyak anggota yang tidak menyukai cara kerja pegawai yang ada di Koperasi *Credit Union* jembatan kasih Batam Center.

Loyalitas anggota sangat diperlukan bahkan diutamakan oleh berbagai perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di bagian jasa termasuk koperasi. Hal ini dikarenakan konsumen atau anggota adalah pemasuk terbesar bagi perkembangan perusahaan itu sendiri. Kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan atau anggota terhadap koperasi dikarenakan oleh suatu nilai tambah yang lebih dahulu diberikan oleh perusahaan atau koperasi kepada anggota atau konsumennya. Loyalitas anggota di koperasi *credit union* sangat berkurang karena kualitas pelayanan dan kinerja pegawai yang dilakukan oleh Koperasi *Credit Union* tidak memuaskan bagi anggota koperasi.

Berdasarkan observasi permasalahan loyalitas anggota di koperasi credit union adalah tingkat loyalitas anggota yang masih rendah, kurangnya perhatian koperasi dalam mengatasi kebutuhan dan permasalahan yang di hadapi anggota, tingkat kepercayaan anggota terhadap koperasi credit union berkurang itu dapat

dilihat dari jumlah anggota tetap dan tidak tetap terus menurun dari bulan ke bulan. Pelanggan masih menghadapi kesulitan karena perusahaan belum menyediakan akses yang cukup untuk dihubungi oleh pelanggan, Pelanggan atau anggota belum merasa puas dengan transaksi yang dilakukan koperasi, Kerja sama antara pegawai dan anggota tidak sangat baik. Banyaknya anggota tidak berarti seluruh anggota yang terdaftar menjadi anggota yang aktif, dari hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan diketahui bahwa dari data seluruh anggota yang terdaftar ternyata tidak seluruhnya selalu aktif berinteraksi dengan menabung di koperasi.

Salah satu manfaat kualitas pelayanan dan kinerja pegawai adalah memberikan kepuasan terhadap anggota, sehingga memberikan timbal balik bagi koperasi, yaitu loyalitas para anggota dan tentunya memberikan keuntungan optimal yang signifikan bagi koperasi tersebut. Sehubungan dengan uraian-uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja pegawai terhadap loyalitas anggota.

Dalam hal ini penulis memilih koperasi *credit union* jembatan kasih dengan landasan dari anggota untuk anggota, tentunya akan memberikan kesan tersendiri bagi penulis menerapkan pelayanan dan kinerja pegawainya didalam koperasi. Berikut ini data Laporan Konsolidasi jumlah anggota tetap dan jumlah calon anggota atau nasabah selama 3 bulan pada Koperasi *Credit Union*.

Tabel 1.1. Laporan Konsolidasi Jumlah Anggota Pada Koperasi *Credit Union* Tahun 2017

Bulan	Jumlah	
	Anggota Tetap	Calon Anggota
Maret	9.193	200
April	9.164	190
Mei	9.136	133

Sumber : Koperasi *Credit Union*

Dari data tersebut di atas dapat disimpulkan, jumlah anggota tetap dan jumlah calon anggota semakin menurun dari bulan ke bulan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA PADA KOPERASI *CREDIT UNION* JEMBATAN KASIH DI BATAM.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang ada di Koperasi *Credit Union* sangat rendah dari segi etika atau tata karma dari pegawai yang bekerja di Koperasi *Credit Union* seperti tidak ramah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat / anggota, tidak akurat dalam menyelesaikan komplain dari pelanggan.
2. Kinerja pegawai yang ada di Koperasi *Credit Union* masih rendah disebabkan oleh ketidak disiplin pegawai dan menunda pekerjaan.

3. Loyalitas anggota sangat berkurang karena kualitas pelayanan dan kinerja pegawai yang dilakukan oleh Koperasi *Credit Union* tidak memuaskan bagi anggota.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah ruang dan waktu serta judul masalah yang dibahas atau dianalisis tidak menyimpang dari yang diinginkan. Oleh karena itu, batasan masalah penelitian yaitu:

1. Peneliti ini berfokus pada kualitas pelayanan dan kinerja pegawai serta loyalitas anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam.
2. Penelitian dilakukan pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih yang berlokasi di Batam Center.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam Center - Batam?
2. Apakah kinerja pegawai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam Center- Batam?

3. Apakah kualitas pelayanan dan kinerja pegawai secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam Center- Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam Center Batam.
2. Untuk mengetahui kinerja pegawai terhadap loyalitas anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam Center Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja pegawai terhadap loyalitas anggota pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam Center Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pembaca dari aspek teoritis (keilmuan) ataupun aspek praktis (guna laksana), manfaat tersebut antara lain:

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Agar dengan adanya penelitian ini menyadarkan kita agar pentingnya teknologi sebagai media pembelajaran yang dapat mendukung dan meningkatkan pengetahuan.

2. Dapat meningkatkan mutu sumber daya manusia melalui pendidikan yang bervariasi sesuai dengan harapan bangsa.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Agar penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengambilan keputusan dari pihak manajemen koperasi credit union jembatan kasih batam khususnya dalam aspek pemanfaatan dari kualitas pelayanan dan kinerja pegawai terhadap loyalitas anggota.
2. Bagi Akademis, hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi untuk kemungkinan dilakukannya penelitian mengenai permasalahan yang sama diwaktu yang akan datang.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.2 Konsep Teoritis

Pada bab ini penulis memberikan uraian teoritis tentang tiga hal penting yang muncul dari judul skripsi. Ketiga hal tersebut ialah kualitas pelayanan, kinerja pegawai, dan loyalitas anggota. Selanjutnya penulis menjabarkan teori-teori yang relevan untuk mendukung pembahasan ketiga hal tersebut.

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Oleh karena itu menurut (Gilaninia, 2013), kualitas pelayanan adalah elemen penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan jasa. Menurut (Guspul, 2013), menyatakan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan dengan pelanggan dengan apa yang telah diterima pelanggan.

Menurut (Tjiptono, 2008: 1) pengertian *service* adalah sistem yang menyediakan sesuatu yang dibutuhkan publik, diorganisasikan oleh pemerintah atau swasta, contohnya jasa finansial, perbankan, dan asuransi. Keterampilan yang bisa ditawarkan seseorang dan kondisi atau posisi menjadi pelayan. Berkembangnya berbagai prespektif menyangkut definisi *service* dan dinamika

peran *service* dalam kancah perekonomian dunia. Menurut (Herlambang, 2016: 12) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut (Indrawati, 2012) menemukan bahwa kualitas pelayanan merupakan pendorong yang penting dalam terciptanya loyalitas pelanggan. Menurut Herlistyani (2012) bahwa dalam proses pelayanan sendiri terdapat upaya saling member dan menerima suatu informasi. Karena apabila telah terjadi timbale balik dan memberikan suatu manfaat yang positif maka hal tersebut akan menimbulkan suatu yang bias meningkatkan kepercayaan. Jika pelanggan percaya, Berarti dia merasa puas dan kebutuhan yang dia butuhkan dan harapkan telah terpenuhi, sehingga secara otomatis akan muncul loyalitas atau kesetiaan dalam diri pelanggan tersebut.

2.1.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Hal ini terutama dipicu oleh tiga faktor yaitu:

1. Pertumbuhan sektor jasa berlangsung pesat dalam beberapa dekade terakhir semakin hari, semakin banyak bermunculan jenis-jenis jasa baru dan inovatif.
2. Faktor layanan telah bertumbuh pesat sebagai diferensiator dan kunci keunggulan bersaing.
3. Didasari atau tidak, setiap bisnis pada hakikatnya adalah bisnis jasa/layanan.

Menurut virgo dalam (Tjiptono, 2008: 5) jasa/layanan diberikan melalui kombinasi kompleks antara barang, uang, dan instusi, karenanya basis layanan dalam setiap pertukaran tidak selalu kentara. Menurut Soetopo (1999) dalam

(Napitupulu, 2012: 164) mendefinisikan pelayanan sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan/mengurus apa yang diperlukan orang lain.

Menurut Lupiyoadi dan (Hamdani, 2008: 75) terdapat 4 peranan atau pengaruh dari aspek konsumen yang akan mempengaruhi konsumen lain, yaitu :

1. Contractors yaitu tamu berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.
2. Modifier yaitu tamu tidak secara langsung mempengaruhi konsumen tetapi cukup sering berhubungan dengan konsumen lain.
3. Influencer yaitu mempengaruhi konsumen tetapi cukup untuk membeli tetapi secara tidak langsung kontak dengan pembeli.
4. Isolated yaitu tamu tidak secara langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak ering bertemu dengan konsumen. Partisipasn yang berfungsi sebagai penyedia jasa mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan.

Faktor-faktor Penyebab Kualitas Pelayanan Buruk

Menurut Gronroos dalam (Tjiptono, 2011: 175) ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk, diantaranya adalah:

1. Produk dan konsumsi yang terjadi secara simultan .Salah satu karakteristik jasa yang paling penting adalah inseparability, yang artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan sehingga dalam memberikan jasa dibutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan/nasabah. Akibatnya timbul masalah-masalah sehubungan dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen jasa, yang disebabkan karena tidak terampil

dalam melayani pelanggan, penampilan yang tidak sopan, kurang ramah, cemberut, dan lain-lain.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi. Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian jasa dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan. Faktor yang dapat mempengaruhi antara lain : upah rendah, pelatihan yang kurang memadai bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi.
3. Dukungan terhadap pelanggan internal yang kurang memadai
4. Kesenjangan komunikasi
 - a. Perusahaan memberikan janji yang berlebihan, sehingga tidak dapat dipenuhi.
 - b. Perusahaan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada pelanggan, misalnya berkaitan dengan prosedur atau aturan.
5. Memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama. Para pelanggan adalah manusia yang bersifat unik karena mereka memiliki perasaan dan emosi.
6. Perluasan dan pengembangan pelayanan secara berlebihan
7. Visi bisnis jangka pendek

2.1.1.3. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (1994) dalam (Napitupulu, 2012: 164) menyatakan ada tiga karakteristik pelayanan sebagai berikut:

- a. *Intangibility* (tidak terwujud) tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, dicium sebelum ada transaksi.

- b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) dijual lalu diproduksi dan konsumsi secara bersamaan karena tidak dapat dipisahkan. Karena itu, konsumen ikut berpartisipasi menghasilkan jasa layanan.
- c. *Variability* (berubah-ubah dan bervariasi) jasa beragam, selalu mengalami perubahan, tidak selalu sama kualitasnya bergantung kepada siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan.

Menurut Pasuraman dalam (Indrawati, 2011:115) mengemukakan lima dimensi pokok kualitas pelayanan yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*)
- b. Daya tanggap (*responsiveness*)
- c. Jaminan (*assurance*)
- d. Kemudahan akses (*empaty*)
- e. Penampilan fisik (*tangible*)

2.1.1.4. Indikator

Menurut Zeithmal dalam (Tjiptono, 2008: 95) mengategorikan adanya lima indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Realibilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka dengan segera.

3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.

2.4.2. Kinerja Pegawai

2.4.2.1. Pengertian Kinerja

Menurut (Moehariono, 2012: 95) pengertian kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Kinerja dapat diketahui dan diukur jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standar keberhasilan tolak ukur yang ditetapkan oleh organisasi. Oleh karena itu, jika tanpa tujuan dan target yang ditetapkan dalam pengukuran, maka kinerja pada seseorang atau kinerja organisasi tidak mungkin dapat diketahui bila tidak ada tolak ukur keberhasilannya.

Menurut *Oxford Dictionary* dalam (Moehariono, 2012: 96) kinerja (*performance*) merupakan suatu tindakan proses atau cara bertindak atau melakukan fungsi organisasi. Sebenarnya kinerja merupakan suatu konstruk, dimana banyak para ahli yang masih memiliki sudut pandang yang berbeda dalam mendefinisikan kinerja tersebut. Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, melainkan selalu berhubungan dengan kepuasan kerja karyawan dan tingkat besaran imbalan yang diberikan, serta dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu.

Sedangkan pengukuran kinerja (*performance measurement*) adalah suatu proses penilaian tentang kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran dalam pengelolaan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang dan jasa, termasuk informasi atas efisiensi serta efektivitas tindakan dalam mencapai tujuan organisasi. (Moehariono, 2012: 96). Menurut model *partener lawyer* kinerja individu pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Harapan mengenai imbalan
- a. Dorongan
- b. Kemampuan
- c. Kebutuhan
- d. Persepsi terhadap tugas
- e. Imbalan internal
- f. Eksternal
- g. Persepsi terhadap tingkat imbalan dan kepuasan kerja

Menurut (Wirawan, 2009: 5) pengertian kinerja adalah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu

profesi dalam waktu tertentu. Kinerja juga dapat digunakan untuk menunjukkan keluaran perusahaan/organisasi, alat fungsi-fungsi manajemen (produksi, pemasaran, keuangan) atau keluaran seorang pegawai.

Selain itu Menurut (Wibowo, 2013: 7) pengertian kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi.

Menurut Costello (1994) dalam (Wibowo, 2013: 9) menyatakan bahwa manajemen kinerja merupakan dasar dan kekuatan pendorong yang berada dibelakang semua keputusan organisasi, usaha kerja dan alokasi sumber daya.

(Moeheriono, 2012: 97) menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang mendasar dan paling pokok dari pengukuran kinerja sebagai berikut:

- a. Menetapkan tujuan, sasaran dan strategi organisasi, dengan menetapkan secara umum apa yang diinginkan oleh organisasi sesuai dengan tujuan, visi dan misinya.
- b. Merumuskan indikator kinerja dan ukuran kinerja, yang mengacu pada penilaian kinerja secara tidak langsung, sedangkan indikator kinerja mengacu pada pengukuran kinerja secara langsung yang berbentuk keberhasilan utama (*critical success factors*) dan indikator kinerja kunci (*key performance indicator*).
- c. Mengukur tingkat capaian tujuan dan sasaran organisasi, menganalisis hasil pengukuran kinerja yang dapat diimplementasikan dengan membandingkan tingkat capaian tujuan dan sasaran organisasi.
- d. Mengevaluasi kinerja dengan menilai kemajuan organisasi dan pengambilan keputusan yang berkualitas, memberikan gambaran atau hasil

kepada organisasi seberapa besar tingkat keberhasilan tersebut dan mengevaluasi langkah apa yang diambil organisasi selanjutnya.

2.1.2.2. Akuntabilitas Kinerja

Pengertian akuntabilitas berasal dari kata bahasa Inggris, *accountability* yang mempunyai arti pertanggung jawaban. Akuntabilitas merupakan suatu hubungan antara pihak yang mengendalikan dengan pihak mengelola suatu entitas, dan secara formal, memiliki hak atau kekuasaan atas entitas masing-masing tersebut. Pada hakikatnya, akuntabilitas adalah kewajiban pemberian pertanggung jawaban kepada pihak yang memberi, untuk menjelaskan dan memberikan alasan atas tindakan-tindakan yang telah dilakukan atas hasil upayanya dalam melaksanakan tugas atau pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Penerapan akuntabilitas itu, disamping berhubungan dengan penggunaan kebijakan administratif yang optimal dan legal, juga harus bisa meningkatkan akuntabilitas formal yang ditetapkan organisasi. Namun, lingkungan akuntabilitas mengacu pada kondisi dimana didalamnya harus dapat berjalan dengan baik dan sempurna.

Maka secara khusus, suatu lingkungan yang memiliki akuntabilitas adalah kondisi dimana didalamnya ada individu, tim dan organisasi yang merasa:

- a. Termotivasi untuk melaksanakan wewenang mereka dan memenuhi tanggung jawabnya masing-masing.
- b. Mendorong mereka untuk melaksanakan pekerjaan dan mencapai hasil yang diinginkan organisasi.

- c. Memerikan inspirasi untuk membagi dan melaporkan hasil pekerjaan mereka.
- d. Mendorong kemauan untuk mau menerima kewajiban atas hasil kerja tersebut.

2.1.2.3 Persyaratan Penilaian Kinerja

Menurut (moeheriono, 2012: 106) ada tiga Persyaratan penelaian kinerja yaitu:

1. Input (potensi)

Agar penilaian kinerja tidak membias dan tercapai sasaran sesuai dengan yang dihendaki oleh organisasi, maka perlunya ditetapkan, disepakati, dan ketahui aspek-aspek yang akan dinilai atau dievaluasi sebelumnya, sehingga setiap karyawan sudah mengetahui dengan pasti aspek-aspek apa saja yang akan dinilai. Dengan demiklian, akan tercipta ketenangan kerja selama penilaian pada karyawan.

2. Proses (pelaksanaan)

Dalam pelaksanaan ini, proses komunikasi dan konsultasi antara individu dan kelompok harus dilakukan sesering mungkin, supaya mendapat menjamin seluruh aspek dari sistem penilaian kinerja secara menyeluruh dari pokok-pokok yang berhubungan dengan praktik.

3. Output (hasil)

Perlunya ada kejelasan hasil penilaian dari atasan, seperti manfaat, dampak, dan risiko serta tindak lanjut dari rekomendasi penilaian. Selain itu, perlu

diketahui pula apakah hasil penilaian tersebut, berhasil meningkatkan kualitas kerja, motivasi kerja, etos kerja dan kepuasan kerja karyawan, yang akhirnya nanti akan direfleksikan pada peningkatan kinerja perusahaan.

2.1.2.4. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kinerja

Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai Terdapat beberapa pendapat yang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai. Menurut Moorhead dan Chung/Megginson, dalam (Sugiyono, 2009: 12) kinerja pegawai dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

- a. Kualitas Pekerjaan (Quality of Work) Merupakan tingkat baik atau buruknya sesuatu pekerjaan yang diterima bagi seorang pegawai yang dapat dilihat dari segi ketelitian dan kerapihan kerja, keterampilan dan kecakapan.
- b. Kuantitas Pekerjaan (Quantity of Work) Merupakan seberapa besarnya beban kerja atau sejumlah pekerjaan yang harus diselesaikan oleh seorang pegawai. Diukur dari kemampuan secara kuantitatif didalam mencapai target atau hasil kerja atas pekerjaan - pekerjaan baru.
- c. Pengetahuan Pekerjaan (Job Knowledge) Merupakan proses penempatan seorang pegawai yang sesuai dengan background pendidikan atau keahlian dalam suatu pekerjaan. Hal ini ditinjau dari kemampuan pegawai dalam memahami hal -hal yang berkaitan dengan tugas yang mereka lakukan.

- d. Kerjasama Tim (Teamwork) Melihat bagaimana seorang pegawai bekerja dengan orang lain dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Kerjasama tidak hanya sebatas secara vertikal ataupun kerjasama antar pegawai, tetapi kerjasama secara horizontal merupakan faktor penting dalam suatu kehidupan organisasi yaitu dimana antar pimpinan organisasi dengan para pegawainya terjalin suatu hubungan yang kondusif dan timbal balik yang saling menguntungkan.
- e. Kreatifitas (Creativity) Merupakan kemampuan seorang pegawai dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan cara atau inisiatif sendiri yang dianggap mampu secara efektif dan efisien serta mampu menciptakan perubahan - perubahan baru guna perbaikan dan kemajuan organisasi.
- f. Inovasi (Inovation) Kemampuan menciptakan perubahan -perubahan baru guna perbaikan dan kemajuan organisasi. Hal ini ditinjau dari ide-ide cemerlang dalam mengatasi permasalahan organisasi.
- g. Inisiatif (initiative) Melingkupi beberapa aspek seperti kemampuan untuk mengambil langkah yang tepat dalam menghadapi kesulitan, kemampuan untuk melakukan sesuatu pekerjaan tanpa bantuan, kemampuan untuk mengambil tahapan pertama dalam kegiatan.

Sedangkan menurut (Posolong Harbani, 2010: 186), faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai adalah sebagai berikut :

- a) Kemampuan, yaitu kemampuan dalam suatu bidang yang dipengaruhi oleh bakat, intelegensi (kecerdasan) yang mencukupi dan minat.
- b) Kemauan, yaitu kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi.

- c) Energi, yaitu sumber kekuatan dari dalam diri seseorang. Dengan adanya energi, seseorang mampu merespon dan bereaksi terhadap apapun yang dibutuhkan, tanpa berpikir panjang atau perhatian secara sadar sehingga ketajaman mental serta konsentrasi dalam mengelola pekerjaan menjadi lebih tinggi.
- d) Teknologi, yaitu penerapan pengetahuan yang ada untuk mempermudah dalam melakukan pekerjaan.
- e) Kompensasi, yaitu sesuatu yang diterima oleh pegawai sebagai balas jasa atas kinerja dan bermanfaat baginya.
- f) Kejelasan tujuan, yaitu tujuan yang harus dicapai oleh pegawai. Tujuan ini harus jelas agar pekerjaan yang dilakukan oleh pegawai dapat terarah dan berjalan lebih efektif dan efisien.
- g) Keamanan, yaitu kebutuhan manusia yang fundamental, karena pada umumnya seseorang yang merasa aman dalam melakukan pekerjaannya, akan berpengaruh kepada kinerjanya.

Dari pendapat-pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa umumnya faktor faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai yaitu :

- a) Faktor individu, meliputi kemampuan, kreatifitas, inovasi, inisiatif, kemauan, kepercayaan diri, motivasi serta komitmen individu.
- b) Faktor organisasi, meliputi kejelasan tujuan, kompensasi yang diberikan, kepemimpinan, fasilitas kerja, atau infrastruktur yang diberikan organisasi, proses organisasi dan kultur kerja dalam organisasi.

- c) Faktor sosial, meliputi kualitas dukungan dan semangat yang diberikan oleh rekan satu tim, kepercayaan terhadap sesama anggota tim, keserataan dan kekompakan anggota tim, serta keamanan.

2.1.2.5. Indikator Kinerja

Menurut (moehariono, 2012: 113) Pada umumnya, ukuran indikator kinerja dapat dikelompokkan ke dalam enam kategori berikut. Namun demikian, organisasi tertentu dapat mengembangkan kategori masing-masing yang sesuai dengan misinya, yaitu sebagai berikut:

- a. Efektif, indikator ini mengukur derajat kesesuaian *output* yang dihasilkan dalam mencapai sesuatu yang diinginkan.
- b. Efisien, indikator ini mengukur derajat kesesuaian proses menghasilkan *output* dengan menggunakan biaya serendah mungkin.
- c. Kualitas, indikator ini mengukur derajat kesesuaian antara kualitas produk atau jasa yang dihasilkan dengan kebutuhan dan harapan konsumen.
- d. Ketepatan waktu, indikator ini mengukur apakah pekerjaan telah diselesaikan secara benar dan tepat waktu..
- e. Keselamatan, indikator ini mengukur kesehatan organisasi secara keseluruhan serta lingkungan kerja para pegawainya ditinjau dari aspek keselamatan.

2.4.3. Loyalitas Anggota

2.4.3.1. Pengertian Loyalitas Anggota

Kesetiaan atau loyalitas seseorang terhadap suatu organisasi atau suatu badan usaha umumnya tergantung pada sejauh mana organisasi tersebut memberikan kepuasan semaksimal mungkin sehingga mampu memenuhi harapan anggotanya. Dalam konteks skripsi ini, sejauhmana pegawai mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi anggota Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih Batam. Dengan demikian akan menimbulkan kepercayaan anggota terhadap pegawai sebagai pengelola organisasi. Hal tersebut disebabkan karena loyalitas akan muncul jikalau ada rasa saling percaya.

Perusahaan akan mudah mencapai tujuan yang telah ditetapkan apabila sumber daya yang ada telah diupayakan bekerja sesuai dengan fungsi-fungsinya. Salah satu sumber daya yang sangat berperan adalah manusia/pegawai, karena manusia tersebut yang menjadi pengelola yang baik adalah loyalitas atau kesetiaan yang tinggi dalam melaksanakan tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Untuk lebih memahami pengertian diatas berikut ini penulis akan mengemukakan definisi loyalitas.

Secara resmi definisi dari kata loyalitas bila kita baca dari beberapa referensi dan tulisan-tulisan belumlah ada. Jika kita tinjau dari arti katanya, loyalitas adalah kesetiaan. Sebagai seorang pegawai, kesetiaan atau rasa memiliki terhadap perusahaan dan tempat dia bekerja serta tanggung jawab, merupakan bagian dari loyalitasnya.

Menurut (Hasan, 2008: 81) istilah loyalitas sudah sering diperdengarkan oleh pakar marketing maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya. Dalam banyak literatur mengemukakan definisi loyalitas sebagai berikut:

- a. Sebagai konsep generik, loyalitas merek menunjukkan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.
- b. Sebagai konsep perilaku, pembelian ulang kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Perbedaannya, bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama secara berulang kali.
- c. Pembelian ulang merupakan hasil dominasi perusahaan, berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia, yang terus menerus melakukan promosi untuk memikat dan membujuk pelanggan membeli kembali merek yang sama.

Menurut Pollyfer dalam (Ma'ruf, 2016: 173) bahwa loyalitas suatu komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali atau menjadi pelanggan atas suatu barang atau jasa yang diunggulkan diwaktu yang akan datang meskipun situasi atau pengaruh tertentu dan upaya pemasaran yang dilakukan perusahaan memiliki potensi yang menyebabkan pelanggan berperilaku sebaliknya (*switching behavior*).

Menurut (Ma'ruf, 2016: 281) ada empat hal yang dapat didefinisikan konsumen (pelanggan), tersebut mendekati loyal atau tidak yaitu:

- a. Konsumen (pelanggan) yang loyal terhadap merek cenderung lebih percaya diri terhadap pilihannya.
- b. Konsumen (pelanggan) yang loyal lebih memungkinkan merasakan tingkat resiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya.
- c. Konsumen (pelanggan) yang loyal terhadap merek juga mungkin loyal terhadap toko.
- d. Kelompok konsumen (pelanggan) yang minoritas cenderung lebih loyal terhadap merek.

Menurut Oliver dalam (Tjiptono, 2015: 210) mengemukakan bahwa loyalitas merek adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk/jasa yang disukai secara konsisten dimasa datang. Menurut (Hasan, 2008: 85) loyalitas konsumen terdiri dari tiga struktur yakni:

- a. Struktur keyakinan (kognitif)
Struktur yang berisi informasi merek yang dipegang oleh konsumen (yaitu, keyakinan konsumen) harus menunjuk pada merek lokal yang dianggap dalam persaingan.
- b. Struktur sikap (afektif)
Yang berkaitan dengan bertingkat kesukaan konsumen harus lebih tinggi dari pada merek saingan, sehingga ada preferensi afektif yang jelas pada merek lokal.

c. Struktur niat (konatif)

Menunjukkan bahwa konsumen mempunyai niat untuk membeli merek lokal, bukan merek lain, ketika keputusan beli dilakukan.

Intensi membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.

Menurut (Ma'ruf, 2016: 195) pengertian loyalitas adalah kesetiaan pelanggan terhadap produk (barang/jasa) yang biasa dikonsumsi. Loyalitas pelanggan perlu dijaga oleh produsen/pemasar agar konsumen tidak beralih ke merek produk lain.

2.4.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas

Menurut (Dharmmesta, 2008: 128) faktor - faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah faktor harga, pelayanan, kualitas produk, dan promosi.

1. Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.
2. Pelayanan Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.
3. Kualitas Produk Suatu nilai dari produk atau jasa, dimana nilai produk atau jasa sesuai dengan apa yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan sehingga produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan pemakainya.
4. Promosi aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi dimana mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar

sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan Beberapa jenis promosi yang sering disebut sebagai bauran promosi.

Hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dan variabel Kinerja pegawai terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan. Semakin baik perusahaan memberikan Kualitas Pelayanan maka Loyalitas Pelanggan akan semakin baik juga dan semakin baik kinerja pegawai maka akan semakin baik Loyalitas Pelanggan.

2.4.3.3. Indikator Loyalitas

Menurut (Ma'ruf, 2016: 196) beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan adalah :

- a. Melakukan *basic marketing* dimana perusahaan hanya menjual produknya
- b. Melakukan reaktif marketing, disini perusahaan mendorong keberanian pelanggan untuk bersedia menghubungi perusahaan bilamana menghadapi kesulitan. Perusahaan menyediakan akses yang cukup untuk dapat dihubungi oleh pelanggan.
- c. Melakukan *accuantable marketing*, Perusahaan melakukan cheeking dengan menanyakan kepada pelanggan apakah mereka merasa terpenuhi harapannya.
- d. Melakukan *proaktif marketing*, disini pemasar menghubungi pelanggan secara reguler dari waktu ke waktu.

- e. Melakukan *partnership marketing*, perusahaan bekerja sama secara teratur dengan pelanggan yang besar dengan tujuan membantu mereka memperbaiki kinerja perusahaan mereka.

2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Daniel Parera, Ni Gusti Ketut, Giantari I Gede Sukaatmadja (2016)	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i> Koperasi Dadirah di Dili Timor-Leste	Analisis Deskriptif dan Analisis <i>Partial Least Square</i>	Penelitian menunjukkan bahwa <i>service quality</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>satisfaction</i> dan <i>customer loyalty</i> , namun <i>satisfaction</i> ditemukan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> .
2	Novemy Triyandari Nugroho	Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan. (survey pdada pelanggan speedy telkom di kota surakarta)	Analisis Regresi Linier berganda	Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3.	Fatchur Rohman pertama (2016)	Kompetensi SDM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi KSP di Kabupaten Jepara	Analisis Regresi Berganda	Untuk mengetahui bahwa knowledge mempengaruhi kinerja karyawan secara signifikan, skill mempengaruhi kinerja karyawan secara signifikan dan variable skill merupakan variable yang mempengaruhi paling domain. Ini membuktikan bahwa kinerja karyawan bagian akuntansi KSP Di Kabupaten Jepara sangat dipengaruhi oleh kompetensi karyawan tersebutn terutama skill.
4	Rartna Dewi Ekawati Rusdarti syamsu Hadi (2014)	Pengaruh Citra Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga	Analisis Regresi Berganda	Penelitian menunjukan bahwa secara deskriptif citra, pelayanan dan kepuasan baik. Sedangkan pengaruh citra, pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.
5.	Tazauna Farisky Basit Pratama (2012)	Analisis Kualitas Pelayanan dan Nialai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota dan Calon Anggota Koperasi Simping Pinjam Jasa Cabang Purwokerto	Analisis deskriptif presentase, dan Analisis Regresi Linear berganada.	Untuk menegetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota kospin jasa cabang purwokerto baik secara parsial maupun secara simultan.

6	Th. Susetyarsi, Rudika Harminingtyas (2015)	Analisis Pengaruh Prinsip Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Prima Sekar Sejahtera di Kabupaten Bantang	Analisis Regresi Berganda	Untuk mengetahui Pengaruh pelayanan prima yang terdiri dari sikap, perhatian, dan tindakan secara parsial terhadap loyalitas anggota, pada koperasi prima sekar sejahtera di kabupaten batang
7	Marudut Marpaung (2014)	Pengaruh Kepemimpinan dan Team Work Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Sekjen Kemdikbud Senayan Jakarta	Analisis Kualitatif Deskriptif	Untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja karyawan koperasi kemdikbud, pengaruh teamwork terhadap kinerja karyawan, pengaruh kepemimpinan dan kerja kelompok (teamwork) yang ada di kemdikbud. Penelitian ini merupakan studi kasus pada kopersidi sekjen kemdikbud senayan jakarta dengan data kepegawaian yang ada di kemdikbud.
8	Sandriana Marina, Andi Darmawati, Indra Setiawan. (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada perusahaan Penerbangan Full Service Airlines	Analisis Regresi dan analisis koefisien determinasi	Untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Garuda Indonesia khususnya pada kantor penjualan cabang emporium pluit mall jakarta periode maret sampai dengan april 2012.

9	Ade Jaya Sutisna (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor AJB Bumiputera Syariah Cabang Serang.	Analisis Deskriptif dan analisis Regresi	Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada kantor AJB bumiputera syariah cabang serang, untuk mengetahui bagaimana loyalitas nasabah pada kantor AJB bumiputera syariah cabang serang, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada kantor AJB bumiputera syariah cabang serang.
10	Arif Fakhruddin (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Umum Pengadaian Golden Yogyakarta.	Analisis Regresi Berganda	Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan umum pengadaian yogyakarta.

2.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Kualitas pelayanan dan Kinerja Pegawai terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Anggota. Adapun kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota

Menurut (Ade Jaya, 2016: 129) Service quality adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen

akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah adalah konsep yang berbeda dengan argumen bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan merupakan suatu bentuk sikap, evaluasi yang menyeluruh dalam jangka panjang, sedangkan kepuasan menunjukkan ukuran transaksi tertentu. Oleh karena itu, kepuasan berlangsung dalam jangka pendek.

Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang dipersepsikan, semakin meningkatnya kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut menegaskan adanya hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan agar nasabah merasa puas, komplain menjadi rendah, yang pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan/loyal kepada perusahaan.

2. Kinerja Pegawai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota

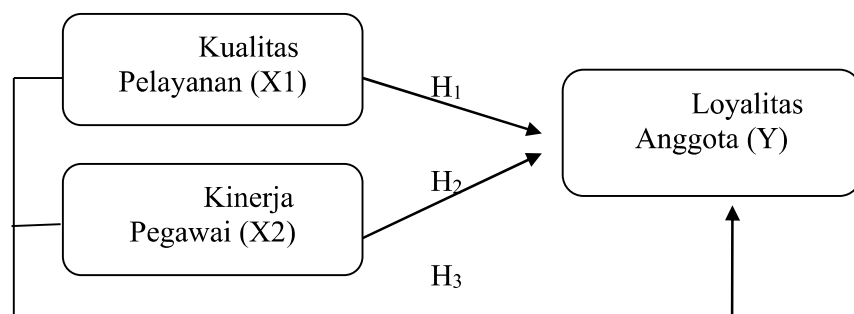
Kinerja berasal dari kata job performance atau actual performance yang berarti prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang. Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Performance atau kinerja merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses, Menurut (Nurlaila, 2010: 71) pendekatan perilaku dalam manajemen, kinerja adalah kuantitas atau kualitas sesuatu yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seseorang yang melakukan pekerjaan

Kinerja merupakan prestasi kerja, yaitu perbandingan antara hasil kerja dengan standar yang ditetapkan. Kinerja adalah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang di capai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan.

3. Kualitas Pelayanan dan kinerja pegawai berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota.

Loyalitas pelanggan merupakan asset dan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Griffin dalam (Hurriyati, 2014: 129), mengungkapkan bahwa “When a customer is loyal, he or she exhibits purchase behavior defined as non-random purchase expressed over time by some decision-making unit” Berdasarkan pengertian tersebut, bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian atau penggunaan secara terus-menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih. Kesimpulannya, loyalitas terbentuk karena adanya pengalaman dalam menggunakan suatu barang atau jasa.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Peneliti 2018

2.4. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam pengertian ini adalah:

- H₁: Pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada koperasi *credit union*.
- H₂: Pengaruh signifikan antara kinerja pegawai terhadap loyalitas anggota pada koperasi *credit union*.
- H₃: Kualitas pelayanan dan kinerja pegawai secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian terlebih dahulu disusun dengan desain penelitian, sebelum melakukan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Desain atau rancangan penelitian merupakan cetak biru bagi peneliti (Sanusi, 2012: 13). Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, yang membantu peneliti dalam pengumpulan dan menganalisis data yang memuat segala yang berkepentingan dengan pelaksanaan penelitian.

Desain penelitian yang ditetapkan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan judul yang akan diteliti, sehingga dapat mengetahui objek penelitian, subyek atau masalah apa yang akan diteliti, dimana lokasi penelitian, tujuan yang ingin dicapai dan sasarannya. Penelitian ini mengangkat judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pegawai Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi *Credit Union* Jembatan Kasih di Batam.
2. Merumuskan masalah yang akan diteliti.
3. Merumuskan tujuan penelitian secara spesifik.
4. Mengkaji pustaka yaitu menelaah teori yang relevan.

5. Memberikan pengukuran penelitian. Variabel penelitian yang diangkat adalah Koperasi Credit Union (Kualitas pelayanan dan kinerja pegawai) dan loyalitas anggota. Ukuran variabel yang digunakan adalah ordinal. Skala dalam penelitian ini adalah *likert*.
6. Memiliki prosedur dan teknik yang digunakan. Prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Menetapkan populasi dan sampel. Dalam penelitian ini populasinya adalah para calon anggota yang menabung dan meminjam pada Koperasi Credit Union Jembatan Kasih. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin.
 - b. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koesioner dan wawancara. Data penelitian bersumber dari data primer dan data sekunder.
 - c. Menentukan serangkaian data dan pengujian menggunakan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Pengujian yang digunakan adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji pengaruh.
 - d. Diakhiri dengan pelaporan hasil penelitian termasuk penelitian dan interpretasi data.

Desain ini menggunakan metode kuantitatif karena dilakukan pada kondisi yang ilmiah. Menurut (Sugiyono, 2012: 8) metode penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada falsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang

bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Operasional Penelitian

Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian Menurut (Sugiyono, 2012: 39) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Adapun variabel penelitiannya adalah sebagai berikut:

3.5.6. Variabel Independen (x)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kinerja pegawai.

Tabel 3.1. Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Variabel	Indikator	Skala
Pelayanan (X ₁)	<ul style="list-style-type: none"> a. Realibilitas (<i>reability</i>). b. Daya tanggap (<i>responiveness</i>). c. Jaminan (<i>assurance</i>). d. Empati (<i>empathy</i>). e. Bukti fisik (<i>tangibles</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> Likert Likert Likert Likert Likert

Tabel 3.2 Operasional Variabel Kinerja Pegawai (X₂)

Variabel	Indikator	Skala
Kinerja Pegawai(X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> a. Efektif. b. Kualitas. c. Ketepatan. d. Keselamatan. 	<ul style="list-style-type: none"> Likert Likert Likert Likert

3.5.7. Variabel Dependen (y)

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (terikat) adalah loyalitas anggota. Operasional variabelnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3 Operasional Variabel Loyalitas Anggota (Y)

Variabel	Indikator	Skala
Loyalitas Anggota (Y)	<ul style="list-style-type: none"> f. Melakukan <i>basic marketing</i>. g. Melakukan reaktif marketing. h. Melakukan <i>accuantable marketing</i>. i. Melakukan <i>proaktif marketing</i>. j. Melakukan <i>partenership marketing</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Likert Likert Likert Likert Likert

Dalam operasional variabel ini semua variabel diukur dengan instrumen pengukuran dalam bentuk koesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan *skala likert*, *skala likert* menurut (Sanusi, 2012: 59) adalah skala yang didasarkan pada meresponnya pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju setiap pernyataan.

3.6. Populasi Dan Sampel

3.6.1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu, yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2012: 87). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012: 215) Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah calon anggota di bulan Mei Tahun 2017 di Koperasi Kredit Union adalah sebanyak 133 anggota.

3.6.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012: 81). Teknik pengambilan sampel secara sampel random sampling, sampel yang diambil berjumlah 100 orang. Jumlah tersebut diperoleh dari penentuan ukuran sampel dengan menggunakan ketentuan Solovini dalam (Sanusi, 2012: 101)

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Rumus 3.1. Ketentuan Slovin

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

α = Toleransi ketidakteelitian(dalam persen)

Dalam penelitian ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah sebesar lima persen (5%). Dengan jumlah populasi yang diteliti sebanyak 100 orang.

$$n = \frac{N}{1+N\alpha^2}$$

$$n = \frac{133}{1+(133(0,05)^2)}$$

$$n = \frac{133}{1,3325} = 99,81 \text{ di bulatkan menjadi } 100$$

Dari perhitungan tersebut maka sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 100 anggota.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

3.7.1. Jenis Data

Adapun jenis data yang dipakai pada penelitian adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (shokring), (Sugiyono, 2011: 23).

3.7.2. Sumber Data

Tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber. Adapun sumber data yang cenderung pada pengertian dari mana (sumbernya data itu berasal. Berdasarkan hal itu data tergolong menjadi dua bagian, yaitu:

3.7.2.1. Data Primer

Menurut (Sanusi, 2012: 104) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer memiliki kelebihan dibandingkan data skunder yaitu:

1. Peneliti dapat mengontrol tentang kualitas data tersebut, hal ini bisa dilakukan karena secara historis peneliti memahami proses pengumpulannya.
2. Peneliti dapat mengatasi kesenjangan waktu antara saat dibutuhkan data itu dengan tersedia.
3. Peneliti lebih leluasa dalam menghubungkan masalah penelitiannya dengan kemungkinan ketersediaan data di lapangan.

3.4.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder diperoleh dari data perusahaan. Terkait dengan data sekunder, peneliti tinggal memanfaatkan data tersebut menurut kebutuhannya.

3.4.2. Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini, teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan adalah:

3.7.2.2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. (Sugiyono, 2012: 137).

Wawancara (*Interview*) adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Menurut (Sanusi, 2012: 105) pada saat mengajukan pertanyaan, peneliti dapat berbicara berhadapan langsung dengan responden atau bila tidak mungkin dilakukan, juga bisa melalui alat komunikasi.

Banyak kelebihan yang bisa dipetik dari wawancara langsung dengan responden antara lain yang penting adalah sebagai berikut:

1. Peneliti dapat menggali informasi sebanyak dan sedalam mungkin tentang fenomena atau masalah yang sedang dikaji.
2. Peneliti dapat menjelaskan secara lebih leluasa kepada responden tentang apa tujuan penelitian yang sedang dilakukan itu demikian, sehingga persoalan yang kompleks sekaligus dapat mencari jawabannya melalui pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan.
3. Peneliti atau pengumpul data akan melihat ekspresi responden pada saat di wawancarai.
4. Bila peneliti mampu menghindari respons bisa dalam proses wawancara langsung, data yang dihasilkan dari wawancara langsung biasanya lebih akurat.

3.7.2.3. Koesioner (Angket)

Koesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Koesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. (Sugiyono, 2012: 142).

3.8. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2012: 147) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab urusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Menurut (Sanusi, 2012: 115) teknik analisis data adalah medeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Teknik analisis yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis menggunakan metode statistik yang sudah tersedia dan untuk memperoleh kesimpulan yang logis setiap data yang dikumpulkan harus memilih metode yang relevan.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sanusi, 2012: 115) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Yang termasuk dalam analisis deskriptif adalah penyajian data dengan tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean, presentase dan standar devisi. Dalam penelitian ini analisis deskriptif berdasarkan pada hasil jawaban responden terhadap koesioner yang dibagikan kepada anggota yang menabung di Koperasi *Credit Union*.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Data merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian karena data merupakan gambaran dari variabel yang akan diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Sebelum data yang diperoleh dari responden diolah, tingkat kebebasan dan kepercayaan data harus diuji melalui uji kualitas data. Uji keabshaan data dalam penelitian sering hanya ditekankan pada uji validitas dan realibilitas.

3.5.2.1. Uji Validitas Data

(Sugiyono, 2012: 267) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh

peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berada antar data yang dilaporkan oleh penelitian, tujuan validitas Mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Pengambilan sampel validitas dilakukan pada pelanggan koperasi credit union dengan jumlah sampel yang diambil adalah sebesar 30 responden.

Menurut (Sanusi, 2012: 77) validitas instrument ditentukan dengan mengorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pertanyaan atau pernyataan. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah *Pearson Product Moment* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3.2 Korelasi Pearson Product Moment

Sumber : Sanusi (2012:77)

Keterangan:

R= Koefisien korelasi

X= Skor bukti

Y= Skor total bukti

N= Jumlah sampel atau responden

3.5.2.2. Uji Reabilitas Data

Menurut (Sanusi, 2012: 80) reabilitas suatu alat ukur menunjukkan konsistennya hasil pengukuran, sekiranya alat pengukuran digunakan oleh orang yang sama. Menurut Azwar (1999) dalam (Wibowo, 2012: 52) menyatakan bahwa reabilitas adalah istilah yang dipakai untuk memajukan sejauh mana suatu

hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Untuk mencari besaran angka reabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dapat dirumuskan:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Rumus 3.3 Cronbach's Alpha

Sumber: Wibowo(2012:52)

Keterangan :

- R_{11} = Reabilitas instrumen
 k = Jumlah butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian pada butir
 α_1^2 = Varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggantikan uji dua sisi pada taraf signifikan (SPSS akan secara *default* dengan menggunakan nilai ini. Kriteria diterima dan tidaknya suatu reliable atau tidak jika; nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan kritis *product moment*, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6. Nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan nilai diatas 0,8 dianggap baik. Berikut tabel kriteria indeks koefisien reabilitas.

Tabel 3.4 Kriteria Besarnya Koefisien Reabilitas

Kriteria	Koefisien reabilitas
Sangat Tinggi	0,80 – 1,00
Tinggi	0,60 – 0,799
Cukup	0,40 – 0,599
Rendah	0,20 – 0,399
Sangat Rendah	< 0,20

Sumber : Wibowo(2012:53)

3.5.3. Uji Asumsi Dasar

3.5.3.1. Uji Normalitas Data

Uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal (Wibowo, 2012: 61). Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng. Menurut (Wibowo, 2012: 62) uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distndarkan, analisis Chi Square dan juga menggunakan nilai Klomogrov-smirnov. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika: nilai Klomogrov-smirnov $Z < Z$ tabel ; atau menggunakan nilai probability sig (2 tailed)>

3.5.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-test, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bisa menjadi terpenuhi (Wibowo, 2012: 61).

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota. Uji asumsi klasik ini meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

3.5.4.1. Uji Multikolinearitas

Dalam (Wibowo, 2012: 87) mengatakan bahwa cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut variance inflation (VIF). Cara adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pedoman dalam melihat apakah satu variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lain dapat dilihat berdasarkan nilai VIF tersebut. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model terdapat gejala multikoliniearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

3.5.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Dalam (Wibowo, 2012: 93) suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varisan variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Untuk melakukan uji tersebut beberapa metode yang digunakan, misalnya metode Barlet dan Rank Spearman atau uji Spearman's rho, metode grafik park Gleyser.

Untuk menganalisis heteroskedastisitas digunakan uji Park Gleyser dengan cara mengorelasi nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikan > nilai alphanya (0,01), maka modelnya tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.4.3. Uji Autokorelasi

Menurut (Wibowo, 2012: 101) uji autokorelasi digunakan untuk suatu tujuan yaitu mengetahui ada tidaknya korelasi antar anggota serangkaian data yang observasi dan dianalisis menurut ruang atau menurut waktu, *cross section* atau *time-series*. Uji ini bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model. Menurut Gujarati (1995) dalam (Wibowo, 2012: 101) ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi data diketahui dengan metode grafik, metode Durbin-Watson, metode runtest, dan uji statistik non parametrik.

3.5.5. Uji Pengaruh

Uji pengaruh dilakukan hanya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel dependen untuk membuktikan kebenaran hipotesis. Dalam penelitian ini uji pengaruh yang digunakan meliputi:

3.5.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2012: 134). Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3.5 Regresi Berganda

Sumber : Wibowo(2012: 127)

Keterangan:

Y' = variabel dependen (variabel respons)

a = nilai konstantan

b = nilai koefisien regresi

x_1 = variabel independen pertama

x_2 = variabel independen kedua

x_3 = variabel independen ketiga

x_n = variabel independen k-n

3.5.5.2. Uji-T (Regresi Parsial)

Menurut (Wibowo, 2012: 122) Uji-T merupakan hasil pengujian tingkat signifikansi koefisien yang didapat dari nilai koefisien regresi dibagi dengan kesalahan bukannya. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$t = \frac{B}{\text{Std. Error}}$$

Rumus 3.6 Uji-T

Sumber : wibowo (2012: 122)

Koefisien regresi sebuah variabel independen memiliki pengaruh yang berarti terdapat variabel dependen jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, atau probabilitas ($\text{Sig.t} < \alpha$). Untuk menentukan tingkat signifikan menggunakan 0,05 ($\alpha=5\%$).

Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota

1. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka diterima H_1 artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.
2. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka diterima H_0 artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

Kinerja pegawai berpengaruh terhadap loyalitas anggota

1. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka diterima artinya kinerja pegawai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.
2. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka diterima H_0 artinya kinerja pegawai tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

3.5.5.3. Uji-F (Regresi Simultan)

Manurut (Sanusi, 2012: 137) Uji-T digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji-F yang signifikan menunjukkan variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan.

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / [n - (k + 1)]}$$

Rumus 3.7 Uji-F

Sumber: Sanusi (2012: 137)

Keterangan:

- F = Nilai F
- R^2 = Koefisien determinasi
- n = Jumlah variabel bebas
- k = Banyaknya sampel

Kualitas pelayanan dan kinerja pegawai berpengaruh terhadap loyalitas anggota

1. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ maka diterima H_1 artinya kualitas pelayanan dan kinerja pegawai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota

2. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ maka diterima H_0 artinya kualitas pelayanan dan kinerja pegawai tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

3.5.5.4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Sanusi, 2012: 136) koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R^2 juga menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: $X_i; i=1,2,3,4,\dots,k$) secara bersama-sama.

Koefisien determinasi dapat diartikan sebagai besaran presentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas). (Wibowo, 2012: 135) penerapan koefisien determinasi dengan menggunakan dua buah variabel independen, maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ry_{x_1})^2 + (ry_{x_2})^2 - 2(ry_{x_1})(ry_{x_2})(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 3.8 R^2 adjusted

Sumber : Wibowo (2012: 135)

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

ry_{x_1} = Korelasi variabel x_1 dengan y

ry_{1x_2} = Korelasi variabel x_1 dengan variabel dengan x_2

